

**PENGARUH CITRA DESTINASI TERHADAP LOYALITAS  
PENGUNJUNG DENGAN DIMEDIASI OLEH KEPUASAN  
PENGUNJUNG WISATA MUSEUM ANGKUT KOTA BATU**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai  
Derajat Sarjana Ekonomi



Oleh:

Miya Hirmawati

201510160311014

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2019**

**PENGARUH CITRA DESTINASI TERHADAP LOYALITAS  
PENGUNJUNG DENGAN DIMEDIASI OLEH KEPUASAN  
PENGUNJUNG WISATA MUSEUM ANGKUT KOTA BATU**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai  
Derajat Sarjana Ekonomi



Oleh:

Miya Hirmawati  
201510160311014

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2019**

**PENGARUH CITRA DESTINASI TERHADAP LOYALITAS  
PENGUNJUNG DENGAN DIMEDIASI OLEH KEPUASAN  
PENGUNJUNG WISATA MUSEUM ANGKUT KOTA BATU**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai  
Derajat Sarjana Ekonomi



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2019**



## SKRIPSI

# PENGARUH CITRA DESTINASI TERHADAP LOYALITAS PENGUNJUNG DENGAN DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PENGUNJUNG WISATA MUSEUM ANGKUT KOTA BATU

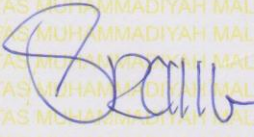
Oleh :

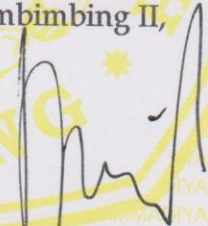
**Miya Hirmawati**  
201510160311014


Diterima dan disetujui  
pada tanggal 18 Mei 2019


Pembimbing I,

Pembimbing II,


  
**Dr. Ratih Juliati, M.Si.**

  
**Drs. Dicky Wisnu UR., M.M.**

  
**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,**

  
**Ketua Jurusan,**

  
**Dr. Idah Zuhroh, M.M.**

  
**Dr. Marsudi, M.M.**





## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

### PENGARUH CITRA DESTINASI TERHADAP LOYALITAS PENGUNJUNG DENGAN DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PENGUNJUNG WISATA MUSEUM ANGKUT KOTA BATU

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Miya Hirmawati

NIM : 201510160311014

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 18 Mei 2019 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Dr. Eko Handayanto, M.M.

Penguji II : Drs. Noor Aziz, M.M.

Penguji III : Drs. Dicky Wisnu UR., M.M.

Penguji IV : Dr. Ratih Juliati, M.Si.

1.....  
2.....  
3.....  
4.....

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,



Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Marsudi, M.M.



## PERNYATAAN ORISINILITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Miya Hirmawati  
NIM : 201510160311014  
Program Studi : Manajemen  
Surel : [miyahirmawati97@gmail.com](mailto:miyahirmawati97@gmail.com)

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagai maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (plagiarism) dari hasil karya orang lain.
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (refrensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan / sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 5 Agustus 2019

Yang Membuat Pernyataan,



**Miya Hirmawati**





# UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

## FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Manajemen – Akuntansi – Ilmu Ekonomi Pembangunan – D-III Keuangan dan Perbankan  
(Terakreditasi)

Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang, Telp. 0341-464318, Psw. 211-215, Fax 0341-460435

Website: <http://feb.umm.ac.id> Email: [feb@umm.ac.id](mailto:feb@umm.ac.id)

### BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Panitia Ujian Tugas Akhir/Skripsi Program Sarjana (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Malang pada :

Hari / Tanggal : Sabtu, 18 Mei 2019

Tempat : FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Telah mengadakan Ujian Tugas Akhir/Skripsi atas nama mahasiswa :

Nama : Miya Hirmawati

No. Induk : 201510160311014

Program Studi : MANAJEMEN

Judul Skripsi : *PENGARUH CITRA DESTINASI TERHADAP LOYALITAS  
PENGUNJUNG DENGAN DIMENSI OLEH KEPUASAN  
PENGUNJUNG WISATA MUSEUM ANGKUT KOTA BATU*

Dengan susunan penguji sebagai berikut :

No.	Nama Dosen Penguji	Nilai	Tanda Tangan
1.	Dr. Eko Handayanto, M.M.	82	
2.	Drs. Noor Azis, M.M.	81	
3.	Drs. Dicky Wisnu Usdek Riyanto, M.M.	82	
4.	Dr. Dra. Ratih Juliati, M.Si.	81	

Nilai rata-rata : 81,5 / A

Dinyatakan : Lulus / Tidak Lulus \*)

Kategori : Layak / Tidak Layak \*)

Untuk dipublikasikan dan dimuat Web UMM

Mengetahui

a.n. Dekan FEB-UMM,

Wakil Dekan I,

Dr. Widayat, M.M.

Malang, 18 Mei 2019

Ketua Tim Penguji,

Dr. Eko Handayanto, M.M.

Ket: \*) Coret yang tidak perlu

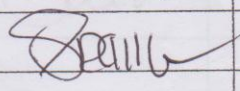
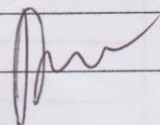
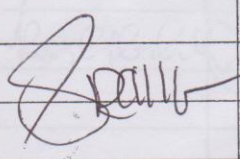

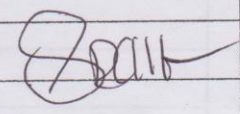




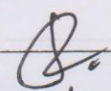
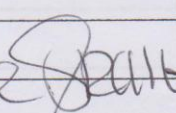
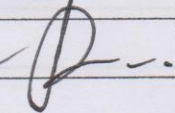

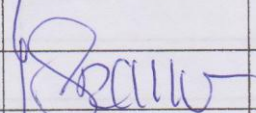

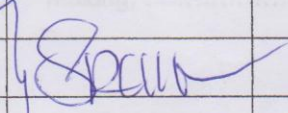
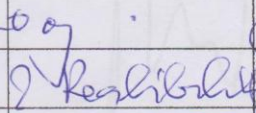
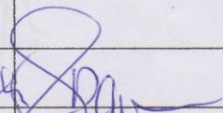

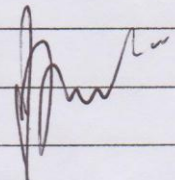


# KARTU KENDALI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : Miya Hirmawati  
 NIM/IPK/Konsent : 201510160311014 / Manajemen Pemasaran  
 Tgl. SK Bimbingan : 06 Oktober 2018  
 Alamat/Tlp/HP : Bukit Cemara Tujuh blok I no.9, Malang /  
 081805328070  
 Judul Skripsi : Pengaruh Citra Destinasi terhadap Loyalitas  
 Pengunjung dengan Mediasi Kepuasan Pengunjung

Tanggal	Revisi/Perbaikan	Paraf	
		Pembimbing I	Pembimbing II
15/10'18	Konsultasi Judul dan Jurnal		
25/10'18	Jurnal penulis baca sampling & Pengaruh terhadap hasil di pasar mediasi -		
6/11'18	Proposal tidak memuat bab, latar belakang, harus ada narasi yg mendukung mapping dicantumkan di penelitian terdahulu.		
15/11/18	Jurnal penulis tabel		
19/11'18	Latar belakang Hipotesis, penulisan penelitian terdahulu sudah		



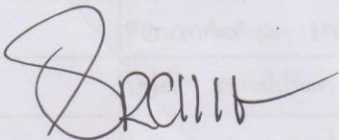
Tanggal	Revisi/Perbaikan	Paraf	
		Pembimbing I	Pembimbing II
26/6	An Smirnov Tipe defin		
12/12	Sikilam mayu <sup>ujian</sup> proposal		
21/1/19	An dle per QUS Usul di sban		
	30 Responden		
6/02	mengganti tabel definisi konsep, memperbaiki definisi operasional, memperbaiki indikator, penyusunan dengan objek penelitian		
7/02	- Perbaikan kosa kata pada - penulisan kata pengantar kuisiner - spasi penulisan kuisiner & spasi - menambahkan model loyalitas		
8/02	- Penambahan kata salam, kepada yth - perbaikan kosa kata		
8/2	Ree Proposal 1. Tes shs/berkuat pd 2009 2. Tes. statistik Validitas & Reliabilitas 3. Tahapan penelitian		
25/1/19	La perh pnyuban QUS & 600 Respon		
18/3	• Tabel dijadikan satu, jangan diputus putus, perbaikan kata di... dipisah • menghilangkan kata memperseptikan,		



Tanggal	Revisi/Perbaikan	Paraf	
		Pembimbing I	Pembimbing II
	• perbaiki urutan sub bab, validitas,		
	• Penambahan 3 matrik dengan alat		
	distribusi frekuensi, dijelaskan maksud		
	tidak ada variabel lain		
	• diberi penjelasan bahwa perusahaan		
	untuk meningkatkan citra		
	• pembahasan dikaitkan penelitian		
	terdahulu, dan saran pakai soal		
	dengan alat lebih jauh.		
21/3/19	Or. Arif Satrio		

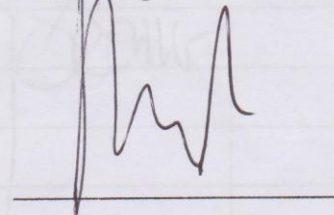
Malang, .....

Pembimbing I



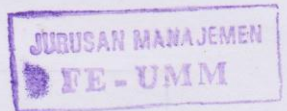
Dr. Dra. Ratih Zuhdi, XLSi

Pembimbing II





# KARTU KENDALI BIMBINGAN SKRIPSI



NAMA : .....

NIM/IPK/Konsent : ...../...../.....

Tgl. SK Bimbingan : .....

Alamat/Tlp/HP : .....

Judul Skripsi : .....

Tanggal	Revisi/Perbaikan	Paraf	
		Pembimbing I	Pembimbing II
11/4 <sup>19</sup>	- Latar belakang, <del>rumusan</del> masalah, tujuan dan sub bab manfaat, penambahan model perilaku konsumen, penambahan teori kepuasan dan citra destinasi, penambahan indikator setiap variabel. letak penelitian terdahulu & tabelnya. hipotesis, gambaran umum daerah objek penelitian, pembahasan lebih rinci, keterbatasan masalah lebih ke metapen, pemberaran struktur penulisan.	<i>[Signature]</i>	
15/4 <sup>19</sup>	- Latar belakang, fenomena bisnis, model perilaku konsumen, indikator, <del>pe</del> keterangan uji t, simpulan.	<i>[Signature]</i>	
22/4 <sup>19</sup>	Persiapan ujian skripsi	<i>[Signature]</i>	



**PENGARUH CITRA DESTINASI TERHADAP LOYALITAS  
PENGUNJUNG DENGAN DIMEDIASI OLEH KEPUASAN  
PENGUNJUNG WISATA MUSEUM ANGKUT KOTA BATU**

Miya Hirmawati

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Malang

Jln. Raya Tlogomas No. 246 Malang

E-mail : [miyahirmawati97@gmail.com](mailto:miyahirmawati97@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh citra destinasi terhadap loyalitas pengunjung dengan dimediasi oleh kepuasan pengunjung. Populasi pada penelitian ini adalah pengunjung wisata Museum Angkut sebanyak 108 responden dengan kriteria kunjungan  $\geq 3$  kali, usia 17-35 tahun ke atas. Alat analisis yang digunakan adalah *path* analisis. Uji hipotesis yang digunakan adalah uji t dan uji sobel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara citra destinasi terhadap loyalitas pengunjung, kepuasan pengunjung terhadap loyalitas pengunjung, dan citra destinasi terhadap kepuasan pengunjung. Hasil uji sobel menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari kepuasan pengunjung dalam memediasi pengaruh citra destinasi terhadap loyalitas pengunjung. Penelitian ini telah membuktikan bahwa citra destinasi memiliki pengaruh terhadap loyalitas pengunjung yang dimediasi oleh kepuasan pengunjung..

Keywords: Citra destinasi, kepuasan pengunjung, loyalitas pengunjung, *path* analisis

***EFFECT OF DESTINATION IMAGE ON VISITOR LOYALTY WITH  
MEDIATED BY SATISFACTION OF TOURIST VISITORS  
MUSEUM ANGKUT BATU CITY***

*Miya Hirmawati*

*Management Study Program of the Faculty of Economics and Business*

*Muhammadiyah University of Malang*

*Jln. Raya Tlogomas No. 246 Malang*

E-mail : [miyahirmawati97@gmail.com](mailto:miyahirmawati97@gmail.com)

***ABSTRACT***

*The aims of this study are to examine and analyze the influence of destination images on visitor loyalty mediated by visitor satisfaction. The population in this study were Museum Angkut tourist visitors as many as 108 respondents with criteria for visits  $\geq 3$  times, aged 17-35 years and above. The analytical tool used is path analysis. The hypothesis test used is the t test and the sobel test. The results of this study indicate that there is a significant influence between destination image on visitor loyalty, visitor satisfaction with visitor loyalty, and destination image on visitor satisfaction. The sobel test results show that there is a significant effect of visitor satisfaction in mediating the influence of destination images on visitor loyalty. This study has proven that the destination image has an influence on visitor loyalty which is mediated by visitor satisfaction.*

*Keywords: Destination image, path analysis, visitor loyalty, visitor satisfaction .*



## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Wr.Wb*

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmad dan hidayahNya berikut sholawat serta salam kepada Nabi besar Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Loyalitas Pengunjung Dengan Dimediasi Oleh Kepuasan Pengunjung Wisata Museum Angkut Kota Batu”** yang dapat terselesaikan pada waktu yang telah direncanakan. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk mencapai derajat sarjana ekonomi Universitas Muhammadiyah Malang.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak jauh dari kekurangan dan keterbatasan, namun berkat bantuan dari banyak pihak termasuk dosen pembimbing, keterbatasan pada skripsi ini dapat diminimalisir. Sebagai ungkapan rasa syukur, maka dalam kesempatan ini saya ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Kedua orang tua saya, Ayahanda Hasan Anwar dan Ibunda Hikmah Wati yang telah memberikan cinta, dukungan, doa dan pengorbanan yang tiada tara demi kesuksesan saya.
2. Dr. H. Fauzan, M.Pd., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang
3. Dr. Idah Zuhroh, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang
4. Dr. Marsudi, M.M., selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang.

5. Dra. Triningsih Sri Supriyai, M.P. selaku dosen wali kelas Manajemen A 2015 Universitas Muhammadiyah Malang.
6. Dr. Dra. Ratih Juliati M.Si. selaku dosen pembimbing satu yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing saya dengan penuh kesabaran dan memberi arahan serta petunjuk yang sangat bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini.
7. Drs. Dicky Wisnu UR, M.M. selaku dosen pembimbing dua yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing saya dengan penuh kesabaran dan memberi arahan serta petunjuk yang sangat bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini.
8. Terima kasih kepada Seluruh Bapak/Ibu dosen beserta jajaran staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan membantu guna pengurusan administrasi selama masa awal hingga akhir perkuliahan.
9. Terima kasih kepada sahabat saya Nurul Fauziah yang selalu menemani dalam suka dan duka guna penyusunan skripsi ini dan memberikan saya bantuan, semangat, dan doa kepada saya untuk dapat menyelesaikan skripsi ini serta selama perkuliahan.
10. Terima kasih kepada sahabat saya Rabiatul Qomariah dan Priska Oktavianti yang selalu menemani dan membantu saya dalam suka dan duka serta memberi saya semangat selama perkuliahan dan dalam penyusunan skripsi ini.



11. Terima kasih kepada Syarif Gady yang telah bersedia membantu dan memberi arahan dalam pengolahan data untuk penelitian ini, serta teman-teman saya Fadhil Rahman Siregar, Riska Amalia, Dhikky Pratama, Imron Fathul Huda, Muhammad Fachri Arif, serta seluruh keluarga Manajemen A 2015 yang telah memberikan saya pengalaman terbaik selama perkuliahan.
12. Terima kasih kepada sahabat saya Indah Khairun Nisa', Devi Sinta Mariski, Dian Soraya, Destya Ellys Marifah, Wiji Putri Lestari yang selalu memberi saya motivasi, doa dan semangat selama menjalani perkuliahan.
13. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan doa kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, semoga kebbaikannya menjadi amal ibadah dan mendapat balasan dari Allah SWT.

Penulis percaya dengan segala kebaikan dan bantuan yang telah diberikan oleh bapak/ibu/saudara sekalian semoga kelak akan dibalas oleh Allah SWT dengan balasan yang lebih besar dan tentunya jauh lebih baik. Penulis berharap semoga hasil tulisan ini bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan kedepannya.

*Wassalamualaikum Wr.Wb*

Malang, 25 April 2019

Miya Hirmawati

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Batasan Masalah.....	8
D. Tujuan.....	9
E. Manfaat.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Penelitian Terdahulu.....	11
B. Teori dan Kajian Pustaka .....	15
C. Kerangka Pikir.....	24
D. Hipotesis .....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
A. Lokasi Penelitian .....	27
B. Jenis Penelitian .....	27
C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel .....	27



D.	Definisi Operasional .....	29
E.	Jenis dan Sumber Data .....	30
F.	Teknik Pengumpulan Data .....	31
G.	Teknik Pengukuran Data .....	31
H.	Teknik Pengujian Instrumen .....	32
I.	Teknik Analisis Data .....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		39
A.	Gambaran Umum Daerah Peneliti .....	39
B.	Karakteristik Responden .....	39
C.	Hasil Uji Instrumen .....	43
D.	Deskripsi Nilai Indikator Variabel .....	45
E.	Hasil Uji Asumsi Klasik .....	50
F.	Hasil Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) .....	52
G.	Hasil Uji Hipotesis .....	55
H.	Pembahasan .....	59
BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....		68
A.	Simpulan .....	68
B.	Keterbatasan .....	69
C.	Saran .....	69
DAFTAR PUSTAKA .....		71

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	16
Gambar 2.2 Model Loyalitas.....	19
Gambar 2.3 Kerangka Pikir.....	24
Gambar 4.1 Hasil Model Analisis Jalur .....	54





## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	11
Tabel 3.1 Definisi Operasional .....	28
Tabel 3.2 Kriteria Interpretasi Angka Indeks.....	32
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	39
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	41
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan .....	42
Tabel 4.5 Uji Validitas Instrumen.....	43
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas Item Instrumen.....	44
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Citra Destinasi.....	45
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Kepuasan.....	46
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Loyalitas.....	48
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i> .....	49
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser.....	50
Tabel 4.12 Hasil Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) dan Uji t .....	52
Tabel 4.13 Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	55
Tabel 4.14 Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung.....	57

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Tabulasi Data Citra Destinasi (X), Kepuasan (Z) dan Loyalitas (Y)

Lampiran 3 Uji Validitas

Lampiran 4 Uji Reliabilitas

Lampiran 5 Karakteristik Responden

Lampiran 6 Frekuensi Jawaban Responden

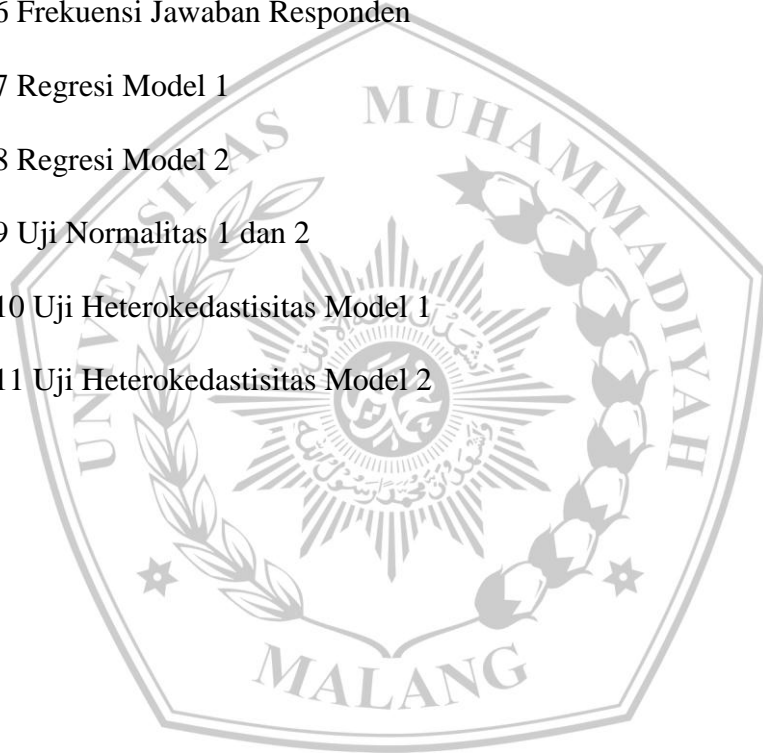
Lampiran 7 Regresi Model 1

Lampiran 8 Regresi Model 2

Lampiran 9 Uji Normalitas 1 dan 2

Lampiran 10 Uji Heterokedastisitas Model 1

Lampiran 11 Uji Heterokedastisitas Model 2



## DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, "Museum Angkut jadi Pilihan Favorit Wisatawan".  
<https://elshinta.com/news/7133/2015/04/05/museum-angkut-jadi-pilihan-favorit-wisatawan> diakses pada 18 Oktober 2018.
- Anonim, "Industri Pariwisata Indonesia Berkembang Pesat Penuh Harapan".  
<https://www.matamatapolitik.com/industri-pariwisata-indonesia-berkembang-pesat-penuh-harapan/> diakses pada 17 April 2019.
- Anonim, "Review Museum Angkut Malang Tiket, Rute, dan Jam Buka".  
<https://www.mldspot.com/traveling/review-museum-angkut-malang-tiket-rute-dan-jam-buka> diakses pada 17 April 2019.
- Amalia, I., Manajemen, J., Ekonomi, F., Semarang, U. N., & Artikel, I. (2016). Pengaruh citra destinasi dan nilai pelanggan terhadap loyalitas pengunjung melalui kepuasan pengunjung, 5(3), 257–268.
- Artuger, S., *et al.* 2013. The Effect of Destination Image on Destination Loyalty: application in Alanya. *European Journal of Business and Management*, 5 (13) : 124-136.
- Ashidiana, I Made "Wisata Malang Raya Diminati".  
<https://travel.kompas.com/read/2015/12/12/103500227/Wisata.Malang.Raya.Diminati> diakses pada 12 April 2019
- Assegaff, M. 2009. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Pada Perusahaan Penerbangan di Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10 (2): 147-176.
- Astuti, R. D., Shinta, A., & Isaskar, R. (2012). Ilmu Perilaku Konsumen. (Tim UB Press, Ed.). Malang: UB Press. Retrieved from <http://shinta.lecture.ub.ac.id/files/2012/10/Perilaku-Konsumen.pdf>
- Chi, C. G. Q., & Qu, H. 2008. Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: An integrated approach. *Tourism Management*, 29(4), hlm. 624–636.
- Chiu, W., Zeng, S., & Cheng, P. S. T. 2016. The influence of destination image and tourist satisfaction on tourist loyalty: a case study of Chinese tourists in Korea. *International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research*, 10(2), hlm. 223–234.



- Çoban, S. 2012. The Effects of the Image of Destination on Tourist Satisfaction and Loyalty : The Case of Cappadocia. *European Journal of Social Sciences*, 29(2), hlm. 222–232.
- Coshall, J.T. 2000. “Measurement Of Torists’ Images: The Repetory Grid Approach”, *Journal Travel Research*, Vol. 39, pp. 85-9
- Dewi, Ike Janita. 2011. Implementasi dan Implikasi Kelembagaan Pemasaran Pariwisata Yang Bertanggungjawab (*Responsible Tourism Marketing*). Pinus Book Publisher untuk Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia, hlm. 1-177.
- Echtner, C.M, Brent R.J.R 2003. The Meaning and Measurement of Destination Image. *The Jurnal of Tourism Studies*, 14(1): 37-48.
- Ferdinand, A. 2014. Metode Penelitian Manajemen. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fikri, S., Wiyani, W., & Suwandar, A. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Strata I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Merdeka Malang), *Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 3 No.1* 120–134.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi Kesembilan. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanif, A., & Mawardi, A. K. M. K. 2016. Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi pada Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 38(1), hlm. 44–52.
- Hawkins. 1997. *Consumer Behaviour: Building Marketing Strategy*. McGraw-Hill. USA
- Heryanto, “Tonjolkan Wisata Buatan, Kota Batu Sulit Go International. Mengapa?”. <http://www.batutimes.com/baca/7944/20170725/174407/tonjolkan-wisata-buatan-kota-batu-sulit-go-international-mengapa/> diakses pada 20 April 2019.
- Hoeffler, S. dan Keller, K.K. 2003, “The Market Ing Advantages Of Strong Brands”, *Brand Management*, Vol. 10 No. 6.
- Isnaini, P. R. 2018. Minat Kunjung Ulang ( Survei pada Pengunjung Taman Rekreasi Selecta Kota Batu yang termasuk dalam Kategori Generasi Millennial ). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 55(2), hlm. 122–129.

- Kim, M. R., Vogt, C. A., & Knutson, B. J. 2015. Relationships Among Customer Satisfaction, Delight, and Loyalty in the Hospitality Industry. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 39(2), hlm. 170–197.
- Kotler, P & Keller, K.L. 2009. Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga belas. Jilid satu. Jakarta: Erlangga.
- Lamidi.; Rahadhini, M. D. 2013. Pengaruh Citra Objek Wisata Umbul Tratar Boyolali Terhadap Loyalitas Pengunjung Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan Vol. 13, No. 1, April 2013* : 58-68, 13(1), hlm. 58–68.
- Lovelock, C., Wirtz, J., & Mussry, J. (n.d.). 2010. Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia. (N. I. Sallama, Ed.) (7th ed.). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Maisaroh, Eanggi. 2014. Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata, Dan *Experiental Purchasing* Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Pengunjung Domestik Wisata Benteng Vredeburg), 002, hal. 1–16.
- María, S., Loureiro, C., Javier, F., González, M., Javier, F., & Gonza, M. (2008). The Importance of Quality , Satisfaction , Trust , and Image in Relation to Rural Tourist Loyalty The Importance Of Quality , Satisfaction , Trust , And Image In Relation To Rural Tourist Loyalty, (August 2013), hal. 37–41.
- Mulyana, Andy; Ayuni, D. 2016. Hubungan Antara Kualitas Jasa, Citra Destinasi, Kepuasan Pengunjung Dan Niat Mengunjungi Kembali Taman Wisata Air Terjun di Bogor. *Manajemen Indonesia*, 16(3), hlm. 163–178.
- Nathaurisia, Ardilla, Yuyu Indrawati, I GPB. Sasrawan Mananda. 2014. Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Loyalitas Wisatawan Pada Bali Adventure Rafting. *Jurnal IPTA*. vol. 2.
- Oliver, R. L. 2010. Satisfaction: A Behavioral Perspective on The Customer. New York: McGraw-Hill.
- Ramseook-Munhurrin, P., Seebaluck, V. N., & Naidoo, P. 2015. *Examining the Structural Relationships of Destination Image, Perceived Value, Tourist Satisfaction and Loyalty: Case of Mauritius*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 175(230), 252–259.
- Pertiwi F, Ni Luh Made. 2015. “Museum Angkut, Pertama di Asia”, <https://travel.kompas.com/read/2015/07/27/191400827/Museum.Angkut.Pertama.di.Asia?page=all>, diakses pada 17 Oktober 2018.
- Pitana & Diarta. 2009. Pengantar Ilmu Pariwisata. Yogyakarta: Penerbit ANDI

- Prayag, G. 2008. "Image, Satisfaction and Loyalty-The Case of Cape Town", *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 19, (2), pp. 205-224.
- Qu, H., Hyunjung, L., & Hyunjung, H. 2011. A model of destination branding : Integrating the concepts of the branding and destination image. *Tourism Management*, 32(3), hal. 465–476.
- Schiffman, Leon, Leslie Lazar Kanuk. 2000. *Consumer Behaviour. Seventh Edition*. Prentice Hall International, Inc, New Jersey.
- Siswantini, W., & Ayuni, D. (n.d.). 2017. Pengaruh Komunikasi Pemasaran, Pengalaman Dan Kualitas Jasa Terhadap Citra Dan Kepuasan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Wisatawan Nusantara (Survei Tempat Rekreasi Air Terjun Di Kabupaten Bogor). *Jurnal Organisasi dan Manajemen*. vol. 13, hlm. 71-85.
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian dan Pengembangan, Research and Development/ R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Solomon, Michael, R. 2000. *Consumer Behaviour : Buying, Having, and Being. 5'th edition*. Prentice Hall, New Jersey.
- Tjiptono, 2008. *Strategi Pemasaran (III)*. Yogyakarta: Penerbit ANDY
- Wu, C. W. 2016. Destination loyalty modeling of the global tourism. *Journal of Business Research*, 69(6), hlm. 2213–2219.
- Wulan, W. S., Mawardi, M. K., & Pangestuti, E. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Serta Dampaknya Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Restoran Kayu Manis Tuban). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 38(2), hal. 176–183.
- Yuksel, A., Yuksel, F., & Bilim, Y. 2010. Destination attachment: Effects on customer satisfaction and cognitive, affective and conative loyalty. *Tourism Management*, 31(2), hlm. 274–284.
- Zhang, H., Fu, X., Cai, L.A. and Lu, L. 2014, "Destination image and tourist loyalty: a meta-analysis", *Tourism Management*, Vol. 40, pp. 213-223.
- Zeithaml, Valeria A, and Mary Jo Bitner, 2000, "Service Marketing Integrating Customer Focus Accross The Firm", Mc Grow Hill.



# Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Loyalitas Pengunjung Dengan Dimediasi Oleh Kepuasan Pengunjung Wisata Museum Angkut Kota Batu

## ORIGINALITY REPORT

2%

SIMILARITY INDEX

6%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1

docplayer.info

Internet Source

2%

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%